

CSR活動を通して「地域共創」を実践していきます。

「平和堂 CSR 報告書 2019」に対し、昨年を大きく上回る1,355名の読者からアンケートの回答をいただきました。2019年版では、平和堂の経営理念である、「奉仕のハト」「創造のハト」「感謝のハト」「友愛のハト」「平和のハト」の5項目に章立てしました。また巻頭特集では、「地域密着のライフスタイル総合（創造）企業」の実現に向けた取り組みのひとつである「地域の健康」をテーマに、具体的な事例を掲載しました。



CSR報告書2019

わかりやすい+ややわかりやすい
昨年より



内容の充実+やや充実
昨年より

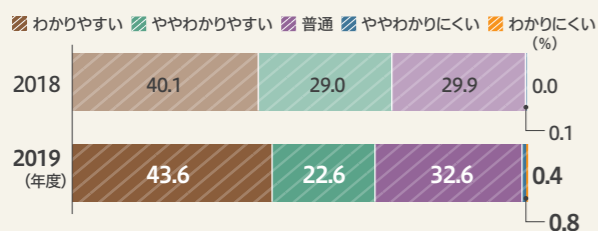


トピックス 読者のお声

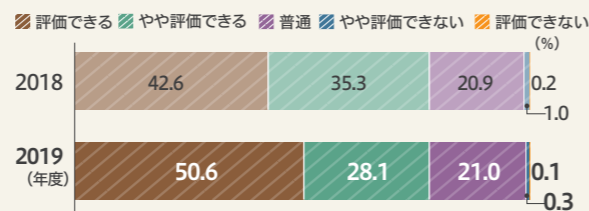
- ・ トップメッセージ・特集では、地域に密着した会社として「地域共創」をキーワードにその取り組みや、未来に向けたトップの想いがわかりやすく紹介しており、とても読みやすかったです。
- ・ 「VOICE」は思いがより強く伝わってきました。特にお客様の声やご利用者の声は、どんな説明より良さが伝わってきました。
- ・ 高齢者へのサービスを充実させていけばいいと思います。
- ・ 近年、ネットショッピング市場が広がりつつありますが、従業員との会話を楽しくして下さるお客様の声など、ネットでは生み出せない付加価値が店舗にはあるのだと改めて思いました。
- ・ 災害が起きた時の危機管理対策や、法令順守を企業としてどう徹底していくのが期待されます。
- ・ 「お客様満足度向上に向けたICTの活用」について、より詳しい説明と今後の展望を知りたいです。

アンケート集計結果

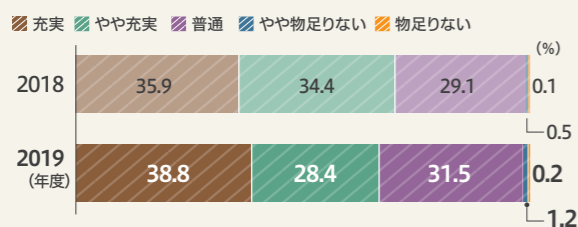
わかりやすさ



平和堂のCSR活動への評価



内容の充実度



印象に残った、または興味をもたれた内容

ベスト5

1. トップメッセージ
2. 平和堂グループの価値創造
3. 平和堂ストアブランドE-WA!
4. 地産地消の推奨
5. お客様の声に基づく企業経営

(回答者数1,355名)※数値は四捨五入の関係で合計が100%にならない場合があります。

地域共創というテーマと全体の特徴

今回のCSR報告書の巻頭特集は「地域共創」です。経営学の大家マイケル・ポーターのいうCSV (Creating Shared Value ; 共通価値の創造) と通ずる考え方です。地域課題を解決し社会価値を創造する。そして社会価値からビジネスを作り出す。具体例として、トップメッセージで紹介された、地元農作物を利用した彦根梨・モリヤマメロンのチューハイから始めて、巻頭特集での1. 地域の健康サポート、2. 高齢者向けのホーム・サポートサービス、3. ライフスタイル提案、といったさまざまな取り組みを示し、平和堂が目指すかたちを実例によって伝えています。

全体を通じ、関係者の顔写真と声 (VOICE 欄) を添えて物語るの、読者にとって親しみやすく、理解しやすい方法です。「トピックス・読者のお声」(P.54)でも高く評価されていますが、VOICE (〇〇の声) は平和堂のCSR報告書ならではの温かみと信頼性を体現しています。

エピソードや参加者の声に合わせて、具体的な数値が取り上げられています。地場産農産物売上金額40億5,328万円 (P.15)、取引先の満足度の平均値が85.9% (P.22)、社内向け「平和堂コミュニケーションサイト」アカウント取得数が3,011名 (P.24)。これらの数値は、それぞれの取り組みが実質を伴う証拠となっております。

共創の深化のために

トップメッセージでは地域共創ループとして、域内消費→地域経済の活性化→域内雇用→域内所得→(ふたたび「域内消費」へ)、という好循環のイメージを示しています (P.5)。このイメージがどのように実現されているのか。毎年度とは言いませんが、数年に一度くらいの間隔で定量的に示していただくと、地域社会

滋賀県立大学 教授
高橋 卓也



プロフィール

1965年生まれ。滋賀県立大学環境科学部環境政策・計画学科。専門分野は、環境経営、森林政策・計画。一般社団法人滋賀グリーン活動ネットワーク副会長。

が平和堂の取り組みをしっかりと認識できます。くわえて、地域共創に向けた取り組みが全体の企業活動のなかでどのくらいの比率を占めるのかを示していただくと良いと思います。たとえば、地場産農産物売上は農産物全体のうちでどのくらいの比率なのでしょう。

また、日本では地球温暖化問題への関心がやや薄れているようにも思いますが、世界では取り組みの強化が求められています。2030年には世界全体で二酸化炭素などの温暖化ガスの排出量を約45%減らし、2050年前後には正味ゼロにしていこうという動きです。今回の地域共創というテーマと結びつけた、平和堂らしい先を見通したビジョンを示していただければと思います。

大学で環境問題について講義をしますと、学生からは「それでは私は何をすればよいのですか?」と聞かれることがあります。企業にとっては挑戦的かもしれませんが、顧客などのステークホルダーへの「〇〇しませんか?」という率直な呼びかけがあっても良いのではないのでしょうか。

2020年4月時点で新型コロナウイルス感染拡大が続いております。これまでの取り組みに合わせて、この課題にも地域共創として取り組まれることを期待しております。

第三者意見を受けて

専務取締役管理本部長 夏原 行平



「平和堂CSR報告書2020」への評価と、貴重なご意見を賜りありがとうございました。弊社が掲げる「地域共創」の取り組み、特に「地域の健康」については、ご来店いただくお客様の健康だけでなく、地域全体での健康を目的とした活動を推進しており、一定の評価をいただきました。また、地域循環への貢献について、企業活動の中での位置づけや、先を見通したビジョンの明示などをご指摘いただきました。

これらの点について、社内で整理を実施し、企業としてより明確な方向性が示せるよう取り組んでまいります。持続可能な社会の実現に向け、SDGsをはじめとする国際的なイニシアティブが求められる現代、企業として何ができるのか更に深耕してまいります。

アンケート回答のお願い

「平和堂CSR報告書2020」をお読みいただきありがとうございました。今後も積極的にステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを図りながら、より効果的な取り組みや、より良いレポートづくりを進めていきたいと考えています。レポートについてのご意見や感想また当社グループの取り組みに関するご要望などございましたら、ぜひお聞かせください。

▶弊社ホームページ「平和堂 CSR 報告書」アンケート

アドレス <https://mobile.heiwado.jp/csr/>

もしくは、 [平和堂ホームページ](#) → [環境・社会活動](#) → [CSR 報告書ページ](#) から

